



 *With U*
emotional jewelry

Prezentace k emisi dluhopisů

EMOTIONAL JEWELRY, s.r.o.

Klimentská 1746/52, Nové Město, 110 00 Praha 1

IČ: 068 85 021, DIČ: CZ 068 85 021

www.withu.cz, e-mail: info@withu.cz

tel.: +420 772 777 000

Provozovna: Sokolovská 136a, 186 00 Praha 8 - Karlín

1. Úvod

WITH U je ambiciózní značka, která nabízí vlastní prémiové šperky s otisky prstu nebo zalitými vlasy pryskyřicí a také luxusní šperky s osobním diamantem. Exkluzivní šperky s příběhem lásky značky **WITH U** jsou připraveny českými návrháři a klenotníky s citem pro detail a nadšením pro koncept této značky. Šperky jsou zhotovovány ze zlata a stříbra v českých dílnách. Osobní diamanty jsou certifikovány Mezinárodními gemologickými laboratořemi (IGL)



WITH U:

- Povyšuje šperky na umělecké dílo s emocionálním přesahem.
- Umožňuje mít u sebe stále blízkého člověka.
- Je unikátní spojení dokonalého designu, moderní technologie a příběhu lásky.

WITHU na trh vstupuje jako nová značka exkluzivních, osobních šperků a současně tak přináší na nový trend emočních šperků.

Jak v ČR, tak ve světě, rapidně roste obliba a poptávka po luxusním zboží a službách.

Jsme přesvědčeni, že náš koncept emočních šperků má před sebou velký potenciál. WITHU má ambici si během následujících 3 let vybudovat na českém a evropském trhu pozici prémiové značky a být lídrem v tomto segmentu. Do roku 2021 chceme být na trzích v Německu, Rakousku a Slovensku.

„Šperky s příběhem lásky. Té Vaší.“

2. Produkt

Šperky s otiskem prstu

Šperky s otiskem prstu vyrábíme na základě vlastního otisku prstu zákazníka nebo jemu blízké osoby. Otisk sejmeme speciální daktyloskopickou technologií a následně převedeme do 2D linek tak, aby mohl být pečlivě přenesen na viditelné místo vybraného šperku.



Šperky s vlasy v pryskyřici

Tyto šperky nabízí speciální prostor pro aplikaci pryskyřice. Pryskyřici v barvě, kterou si zákazník vybere dle vzorníku, zalijeme u klenotníka několik vlasů dodaných zákazníkem, ať už jeho vlastních, nebo jemu blízké osoby. To vše díky jedinečné technologii.

Šperky s osobním diamantem

Luxusní šperky jsou osazeny osobním diamantem a jsou vyrobeny českým klenotníkem. Diamant je vyroben z uhlíku, který získáme z vlasů dodaných zákazníkem, ať jeho vlastních, nebo jemu blízké osoby. Díky tomu zákazník získá skutečně osobní diamant ve zvolené barvě a typologii opracování dle nabídky. Osobní diamant je certifikován Mezinárodními gemologickými laboratořemi (IGL)



Výroba individuálních šperků

Takovéto šperky jsou navrhovány dle přání zákazníka a lze zde kombinovat všechny tři techniky nabízené v portfoliu WITH U.

Výroba prochází několika přísně kontrolovanými fázemi. **To nám umožňuje identifikovat každý výrobek a zajistit tak jedinečnost každého šperku.** Se všemi zákazníkem svěřenými podklady, ať již v podobě vlasů, nebo sejmutého otisku prstu, se zachází s maximální obezřetností a v souladu s platnými právními předpisy.

Osobní diamant

Osobní diamant je skutečným diamantem. Jde o 100% diamant s naprosto shodnými optickými, fyzikálními i chemickými vlastnostmi, jaké najdete u přírodních diamantů. Pro hodnocení osobních diamantů se používají běžná kritéria 4C (váha, čistota, barva, brus). Váš diamant bude vytvořen z uhlíku, který získáme z vlasů zákazníka či z vlasů jemu blízké osoby. Takto extrahovaný uhlík je pak použit při procesu výroby diamantu, díky čemuž získáte skutečně osobní diamant. K certifikovanému osobnímu šperku získáváte doživotní záruku.

Gemologický certifikát

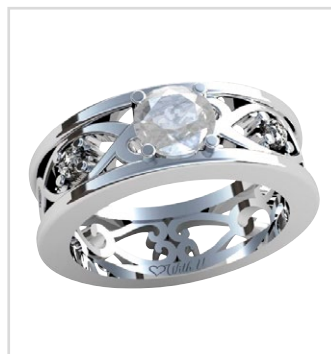
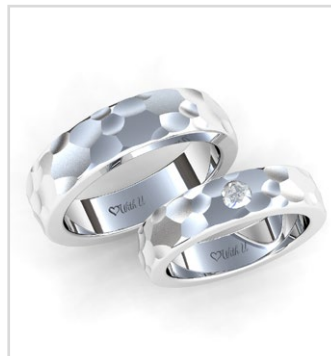
Osobní diamant, který odpovídá 0,1 karátu a více je dodán s nezávislým gemologickým certifikátem vydaným Mezinárodními gemologickými laboratořemi (IGL)



Puncovní úřad ČR

Společnost EMOTIONAL JEWELRY, s.r.o. je registrována u Puncovního úřadu ČR pod ident 13764.





3. Cílový trh

Cílovou skupinu tvoří jedinci, kteří u sebe chtějí stále mít blízkou osobu.

Jde o věkově neomezenou skupinu se silným citovým poutem k blízké osobě, kterou tvoří zejména:

- zamilovaní a snoubenci,
- rodiče dětí,
- ti, kteří chtějí mít památku na své rodiče a prarodiče,
- ti, které čeká odloučení,
- ti, kteří chtějí věnovat své blízké osobě něco originálního,
- majitelé domácích mazlíčků.

Příklady příležitostí, kdy darovat šperk WITH U či osobní diamant

- **Maminky: narození dítěte, narozeniny**

Běžným rituálem maminek bývá ustřížení a uschování prvních vlásků svého dítěte na památku. Zůstává tak vzpomínka na první krůčky, na první úsměvy, na první slova. Značka WITH U ji uchová ve svém šperku. Stejně tak, jako otisk prstu milovného dítěte.

- **Zamilovaní, milenci, partneři**

Zamilovanost je jedno z nejkrásnějších období života. Láska, dotečky, milování. Spojení dvou jedinečných osobností. To vše si zaslouží unikátní symbol. Vtisknout svou lásku do ušlechtilého kovu formou otisku prstu do šperku nebo si do něj uložit vlasy na památku.

- **Manželé, novomanželé: zasnuby, svatby, výročí, svátky, narozeniny atd.**

Vzpomínka na společné chvíle, ať už k narozeninám, zasnubám či významným milníkům jejich života. Něco jako důkaz stále trvající lásky, jejího příběhu a jako potvrzení jejich pouta. Něco, co je mnohem více než jenom šperk.

- **Individualisté: chtějí mít nebo darovat něco neobvyklého a výjimečného**

Tento šperk je věnován i těm, kteří si přejí darovat něco originálního, co v sobě ukrývá pocit a má svůj příběh.

- **Cizinci – turisté**

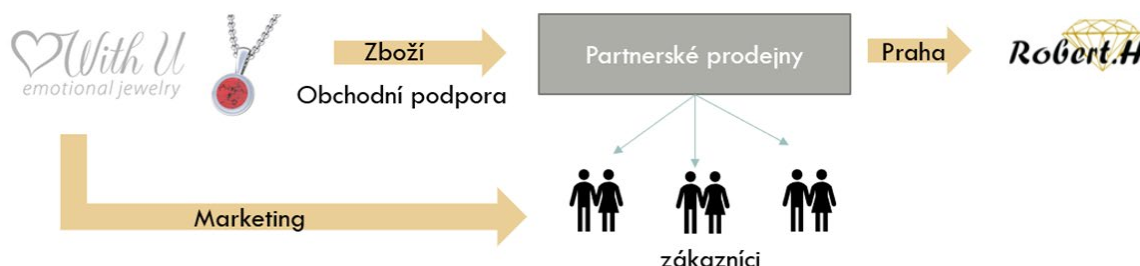
ČR a zejména Praha je oblíbenou destinací turistů, kdy zaznamenáváme nárůst turistů zejména z asijských zemí, kteří se stali nejvýznamnější kupní silou v segmentu luxusního zboží.

- **Majitelé domácích mazlíčků**

Mezi naše nejbližší patří i naši domácí mazlíčci, na které nesmíme v rámci našeho portfolia zapomenout

4. Obchodní strategie

Klíčovou roli k úspěchu celého projektu bude hrát vybudovaná síť prodejních partnerů. Ambicí je vytvořit síť stabilních partnerů v každém regionu, kteří od nás získají maximální podporu. Naši obchodní strategií je jít cestou prodejní sítě etablovaných partnerských prodejen formou shop in shop, což je jasně definovaný prostor WITH U v rámci multibrandové značkové prodejny, tak aby byly produkty WITH U jasně rozeznatelné a odlišené od zbytku sortimentu. Tato prodejna bude vybavena distribučními a marketingovými materiály.



Do šesti měsíců chceme mít v Praze značkovou prodejnu WITH U a dále 8 zavedených partnerských prodejen v oblasti luxusních a exkluzivních šperků a doplňků, z toho 2 v Praze, se kterými máme již spolupráci zajištěnu, dále v Brně, Ostravě, Českých Budějovicích, Karových Varech, Plzni a Liberci, se kterými jsou již předběžná jednání o spolupráci otevřena.

V této fázi projektu chceme nakoupit zásoby, abychom byli schopni uspokojit budoucí poptávku. Naším cílem je mít v každém krajském městě min. 1 prodejnu do konce roku 2019 a poté směřovat obchodní strategii k expanzi i do zahraničí.

Partnerské prodejny - Praha

V současné době máme dohodnutou spolupráci se 2 zavedenými prodejny v Praze.



Diamond Museum Prague. Mimo expozice věnující se těžbě a zpracování diamantů nabízí DMP také prodejní expozici klenotů ve svém obchodě Diamond Shop Prague. Kromě prodeje kolekcí vyrábí i vlastní šperky na zakázku.



Zlatnický alteliér Roberta Hájka v Praze. Specializuje se na zakázkovou výrobu zlatých a briliantových šperků již od roku 1992. Mezi zákazníky patří mnoho celebrit a známých osobností a je zavedenou a známou značkou na českém trhu.

Obě prodejny sídlí v samém centru Prahy v těsné blízkosti Pařížské ulice.

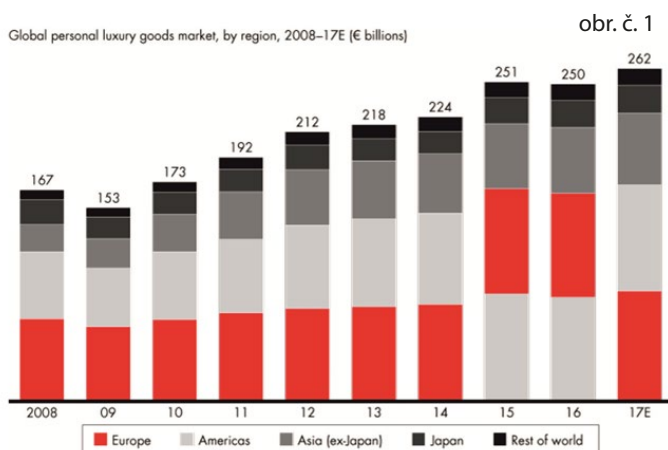
5. Tržní potenciál a konkurence

Globální trh s luxusním zbožím – klíčové statistiky*

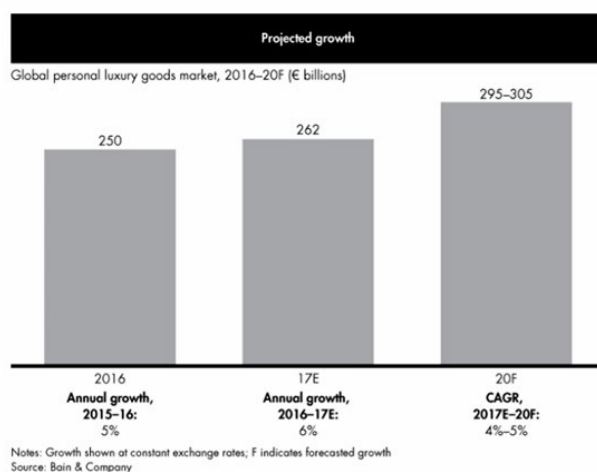
(*zdroj: Luxury Goods Worldwide Market Study Fall-Winter 2017)

- Globální trh osobního luxusního zboží v roce 2017 dosáhl objemu 262 miliard EUR (obr. č. 1).
- Osobní luxusní zboží a doplňky jsou na 2. místě z celkového objemu trhu 1,2 bilionu EUR. Trh s osobním luxusním zbožím vykazuje stabilní růst ve všech klíčových regionech (obr. č. 1).
- Evropský trh zažívá velmi silný růst. V roce 2017 dosáhl evropský trh růstu 6% a je na prvním místě z pohledu odbytu luxusního zboží v celkového objemu 87 miliard EUR (obr. č. 1).
- Odhad ročního růstu v příštích třech letech se pohybuje mezi 4% - 5% a dosažení objemu 295 – 305 miliard EUR do roku 2020 (obr. č. 2).
- Významný podíl na tržbách v segmentu luxusního zboží mají asijské národy, především Čína (32%). (obr. č. 3).

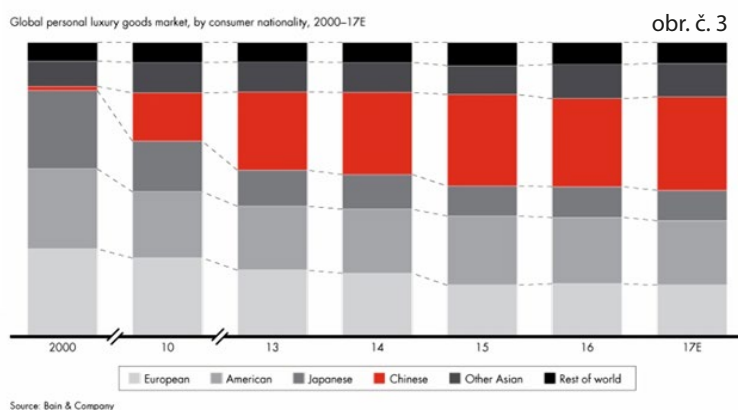
Global personal luxury goods market, by region, 2008–17E (€ billions)



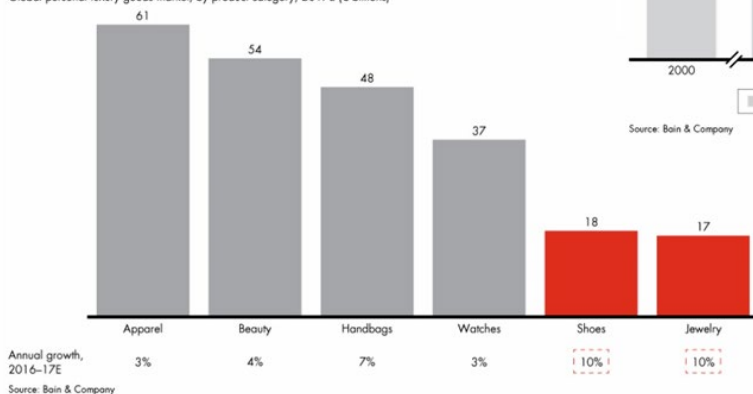
obr. č. 2



Global personal luxury goods market, by consumer nationality, 2000–17E



Global personal luxury goods market, by product category, 2017E (€ billions)



V následujících letech vidí společnost Bain & Company značný růstový potenciál v segmentu luxusního zboží. Od roku 2014 do roku 2017 se zvýšily tržby u 65% sledovaných firem a 35% z nich rostla i ziskovost. Bain & Company uvádí příležitosti, u kterých v příštích letech vidí prostor pro růst.

- Vybudovat úzký vztah s mladší generací, místními zákazníky a turisty.
- Zavést holistický, všudypřítomný přístup k distribuci, poskytující inspirující zážitek prostřednictvím přepracovaných zákaznických cest a vylepšení distribuční stopy.
- Identifikovat snahu zákazníků k objevování nabídek a zároveň dodržovat jejich vlastní identitu a dědictví.
- Efektivněji personalizovat produkty, služby a to, co značka předává.
- Investice do kontinuálního zvyšování kvality kontaktních míst se zákazníky.
- Investice do talentů a schopností potřebných k výhře v této nové éře v luxusním segmentu.

Jak chce WITH U tyto příležitosti využít k získání klíčového podílu na trhu:

- WITH U má širokou základnu potenciálních zákazníků díky diverzifikaci mezi jednotlivými řadami.
- Zákazník může vybírat z jednotlivých kolekcí např. Classic Circle, Classic Touch, Flower, Flower Exclusive, dále z designových šperků, zásnubních a snubních prstenů a z individuálních šperků. Zároveň má k dispozici výběr materiálů, jako je stříbro, žluté zlato, bílé zlato a růžové zlato.
- WITH U chce v ČR mimo jiné zacílit také na úzkou skupinu turistů především z Číny a asijských zemí, kteří mají mj. ČR jako oblíbenou svatební destinaci, ale i na početnou ruskou komunitu, která vyžaduje exkluzivitu.
- WITH U zajišťuje zákazníkovi unikátní zkušenost darování pocitu. Součástí šperku je DNA stopa blízkého člověka.
- WITH U umožňuje vytvořit nadčasový a mezigenerační rodinný šperk.
- Moderním způsobem pojatý silný marketing, založený na emocích a citových hodnotách, které zákazník dostává/daruje.
- Vytváření tematických kolekcí k životním příležitostem a příběhům našich zákazníků.

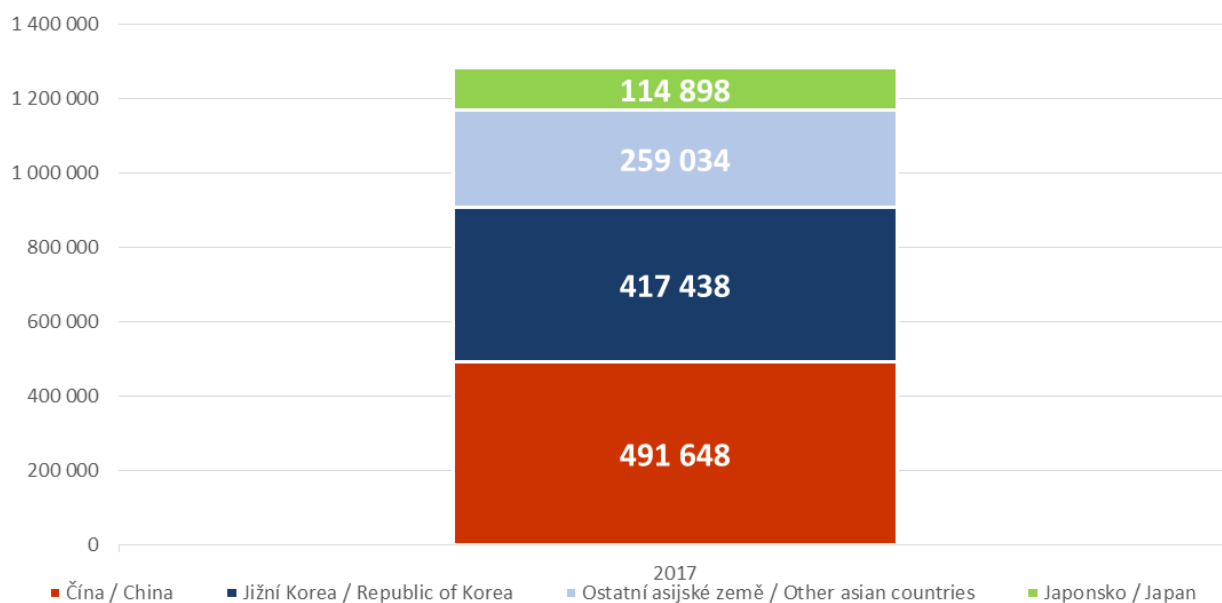
Lokální trh Česká Republika

Faktory ovlivňující lokální poptávku cílových skupin v České republice

- ČR je stále oblíbenější turistickou destinací právě pro občany Číny, ale i ostatních asijských zemí.
- Zvyšuje se životní úroveň a úroveň příjmů.
- Trh s luxusním zbožím roste i rámci ČR.

A) ČR je stále oblíbenější turistickou destinací právě pro občany Číny ale i ostatních asijských zemí

- Celkový počet turistů za rok 2017 dosáhnul přes 10 mil..
- Turisté z asijských zemí mají podíl 12,5% .
- Meziroční růst turistů z Číny ze zvýšil o 38,2% a z Jižní Koreji o 28,2%.
- Praha je mezi Číňany oblíbená a je populární destinací pro „svatební turistiku“.



Zdroj: Czech Tourism

Další zdroje:

http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/zajimavosti/_zprava/svatebni-pohadka-mladych-cinskyh-pa-ru-casto-zacina-na-karlove-moste-muze-za-to-film--1716946

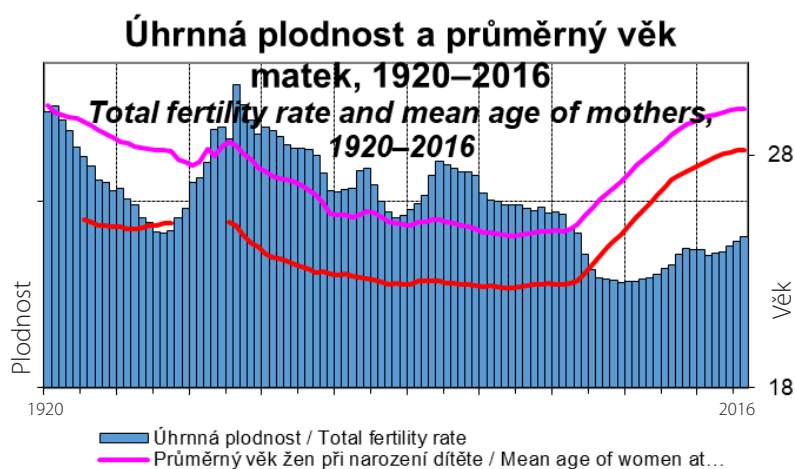
<https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/cinane-se-foti-v-praze-ve-svatebnim-jsou-ochotni-zaplatit-az/r~1b29e400f1a811e5b167002590604f2e/>

B) Zvyšuje se životní úroveň a úroveň příjmů

Porodnost, sňatečnost a manželství

Vzhledem k tomu, že jedním z našich cílových skupin jsou maminky s dětmi, novomanželé a manželské páry zajímá nás dlouhodobý trend a vývoj u těchto cílových skupin.

- Věk maminek se v průměru pohybuje u prvorodiček **29 let a 31 let** u ostatních – **ekonomicky aktivní věk**.
- V roce 2016 se narodilo v ČR **112 663** dětí.
- Nejvyšší plodnost za posledních 6 let.
- V roce 2016 bylo uzavřeno 50,8 tisíce sňatků.
- Počet manželství je nejvyšší za posledních 8 let.
- Svatby jsou nejčastěji během měsíce června.
- V roce 2015 bylo 4 236 000 lidí v manželském stavu.

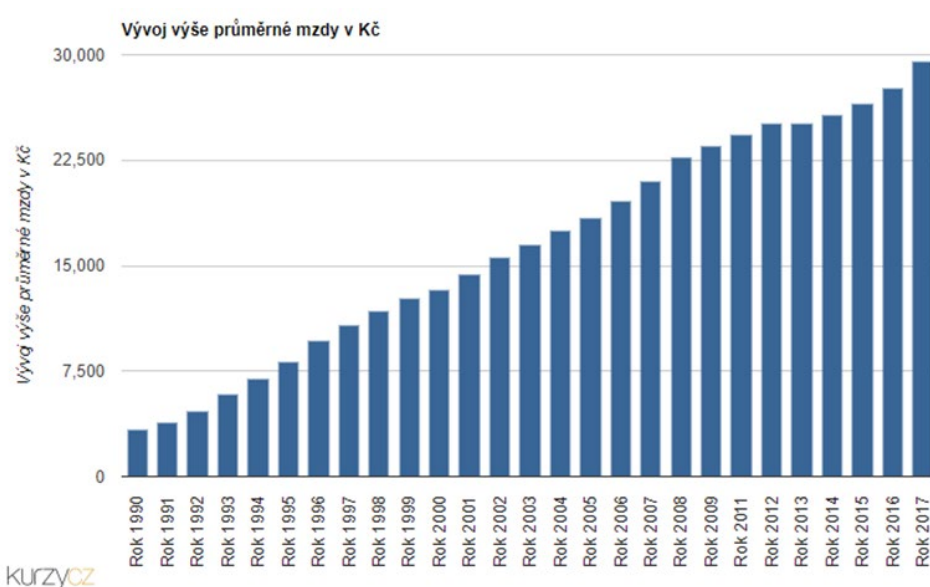


Mzdy a nezaměstnanost

Vzhledem k příznivému ekonomickému vývoji v ČR stabilně vzrůstá úroveň příjmů českých domácností. Jen za rok 2017 byl nominální meziroční nárůst průměrné hrubé mzdy o 8% na 31 646 Kč. Dle Ministerstva financí by tento i příští rok měly mzdy pokračovat v růstu kolem 8 % díky nedostatku pracovní síly a navyšování platů ve státní správě.

Míra nezaměstnanosti klesla na 3,5% a očekává se, že bude dále klesat.

Jedním z důsledků tohoto vývoje je i pravděpodobný růst poptávky po luxusním zboží nejen v Evropě, ale i v ČR.



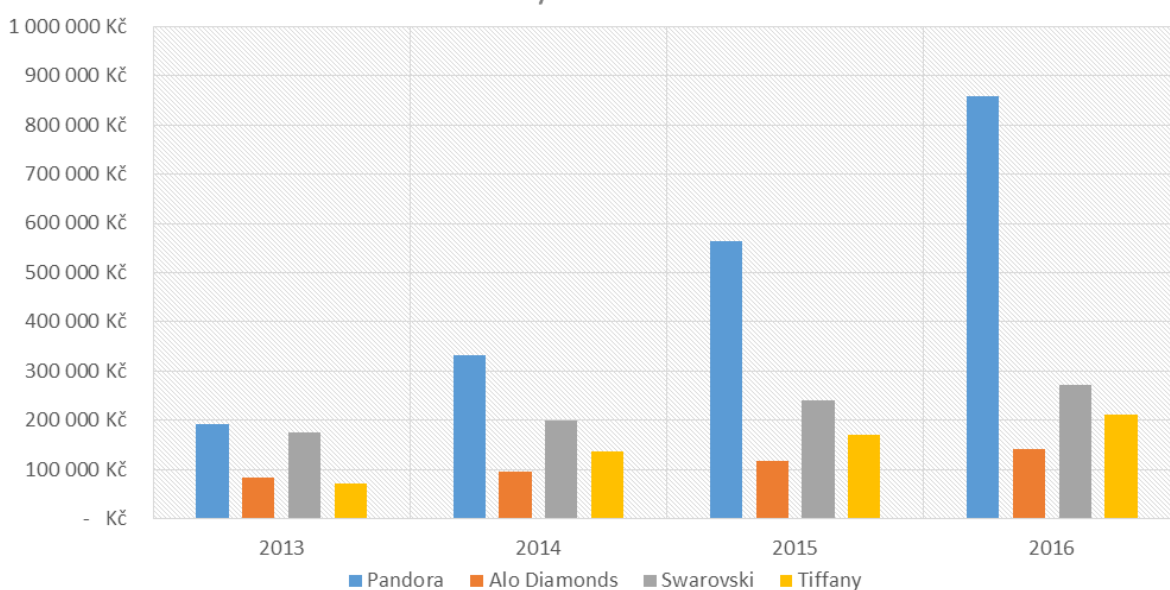
C) Trh s luxusním zbožím a šperky v ČR a analýza konkurence

Hlavní konkurenti WITH U

Srovnáním tržeb za předchozí období hlavních konkurentů můžeme jasně identifikovat současný trend růstu tržeb v tomto odvětví i v ČR a také srovnat tržní podíly. Z toho jasně vyplývá pořadí konkurentů i možnost využít jejich potenciálních slabin k získání podílu na trhu.

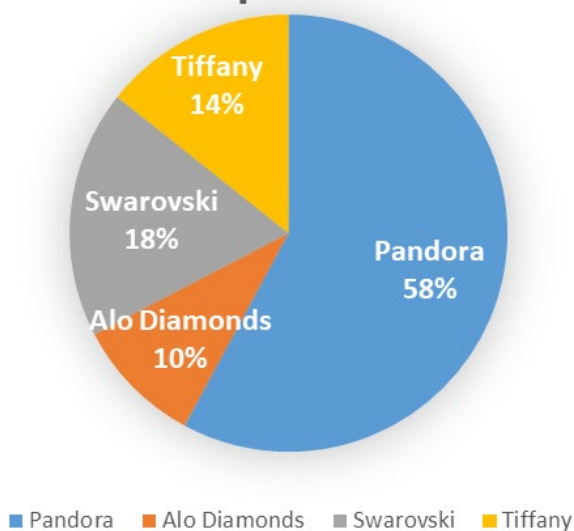
1. Pandora
2. Swarovski
3. Tiffany
4. Alo Diamonds

Tržby konkurence



Tržby Tiffany 2016, jedná se o interní odhad, data nejsou k dispozici. (v tisících Kč)

Tržní podíl v ČR



Hlavní charakteristiky

	výhody	nevýhody
	Personalizace, tématické kolekce, specializace – emoční šperky, síť partnerských prodejen, česká značka, zakázková výroba, vysoký potenciál růstu	Nová značka na trhu, zatím úvodní kolekce
	Personalizace, tematika, globální hráč specializace – náramky síť butiků	„Lepší“ bižuterie, nemá diamanty, zaměření pouze na ženy, omezená nabídka drahých kovů
	Specializace – broušené sklo, široký sortiment	Bižuterie, není nabídka diamantů a drahých kovů
TIFFANY & Co.	Globalní hráč, značka	Low end řady jsou poměrně drahé
	Síť butiků – concept store, široké kolekce, specializace diamanty, tematika	Není personalizace, vysoké ceny

Pozice na trhu a analýza konkurence



Další zdroje

<https://www.investujeme.cz/tiskove-zpravy/celosvetove-prodeje-luxusniho-zbozi-se-za-rok-2017-vysplhaly-rekord-nich-67-bilionu-korun/>

<https://www.kurzy.cz/zpravy/394360-sperkarsky-prumysl-bude-muset-po-roce-2019-resit-nedostatek-diamantu-s-nim-poroste-i-cena/>

<https://cfoworld.cz/evropa-a-svet/trzby-za-diamantove-klenoty-v-cesku-trzby-prudce-rostou-4322>

6. Marketing

Velký důraz klademe na marketing, který bude hrát klíčovou roli při uvedení značky na trh. V této oblasti nám zajišťují podporu silní partneři v této oblasti.

Partneři

Logik s.r.o. / www.log.cz

Reklamní a marketingová agentura působící na českém trhu od roku 1999. Firma Logik s.r.o. patří mezi největší tiskárenské komplexy na území ČR i v Evropě a disponuje profesionálním špičkovým vybavením pro širokou škálu tiskových zakázek od digitálního a offsetového tisku po kompletní knihařský provoz. Specializací je design širších marketingových konceptů do kterých patří také například konstrukce obalů a nástrojů podpory prodeje.



...

Promotion Agency s.r.o. / <http://www.promotionagency.cz>

Reklamní a eventová agentura, jejímž majitelem je ing. Robert Fucsik, spolurealizátor projektu WITH U. Promotion agency s.r.o. je fullservisovou agenturou zajišťující eventová řešení od jejich organizace, personální obsazení, technické vybavení, catering a doprovodný program. Hlavní činností je pořádání zábavných a originálních kulturních, společenských, sportovních a teambuildingových akcí pro firmy a veřejnost. Jedním z novějších projektů je spolupořádání soutěže Miss Princess of the World.



Kampaň a vstup na trh

V září 2018 bude spuštěna masivní marketingová kampaň, která představí široké veřejnosti značku WITHU a její produkty v různých formátech.

Oficiální představení WITH U

Dne 27. 3. 2018 proběhla oficiální tisková konference v Cloud9 sky baru & lounge v hotelu Hilton, které se účastnili známé tváře českého showbusinessu a také široký okruh novinářů z nejčtenějších českých tištěných i online magazínů. Osobnosti mezi, které patří Tereza Kostková, Michaela Maurerová, Jana Švandová, Olga Menzelová, ale i topmodelka Andrea Verešová.





Online a offline kampaň

Na představení značky WITH U navázala kampaň na internetu i v tištěných médiích. V této kampani spolupracujeme se společnostmi ORCA s.r.o. a Impression Media s.r.o. prostřednictvím společnosti Logik s.r.o., které zastupují nejčtenější online magazíny.

Impression Media s.r.o.

Obchodně zastupuje 63 internetových serverů, díky kterým umí oslovit více jak 5 375 000 uživatelů českého internetu měsíčně.

ORCA s.r.o.

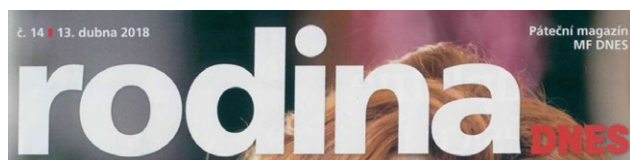
Agentura Orca, s. r. o. byla založena na podzim roku 1995. Zabývá se širokým spektrem PR služeb i klasickou reklamní činností. Poskytuje kompletní PR i reklamní servis. Mezi její nejčastější činnosti patří celebrity PR, event management a produktové PR. Úspěch staví na dlouholetých zkušenostech v oboru, profesionalitě a kvalitních kontaktech v médiích.

Marketingová strategie:

Naše vstupní marketingová strategie je představit značku WITH U co nejširší veřejnosti a proto využíváme marketingové a mediální kanály se širokým zásahem tak, aby značka vešla co nejrychleji do povědomí a podpořili jsme tím tak naše prodejní partnery.

Příklady médií, které jsou zahrnuty v reklamní kampani:





A další...

Příklady komunikace WITH U v online médiích:

Pražský zpravodaj / 27. 3. 2018

Kráska Andrea Verešová prozradila: Mám ráda jemné šperky. Snubní prsten, nebo ten od syna k MDŽ! Mít u sebe kousek citu, kousek lásky, kousek blízkého člověka. To je cíl nového projektu WITH U, který byl slavnostně představen v Cloud9 sky bar & lounge hotelu Hilton. Tato ambiciózní značka nabídla hostům jedinečnou možnost seznámit se s výrobou ojedinělé kolekce šperků s otisky prstů, s vlasy, které jsou zalité pryskyřic... celý článek zde: <http://prazsky-zpravodaj.cz/soubyznys/kraska-andrea-veresova-prozradila-mam-rada-jemne-sperky-snubni-prsten-nebo-ten-od-syna-k-mdz/>

Bulvar24 / 28. 3. 2018

Kdo koupí Janě Švandové 10 prstenů? Mít u sebe kousek citu, kousek lásky, kousek blízkého člověka. To je cíl nového projektu WITH U, který byl slavnostně představen v Cloud9 sky bar & lounge hotelu Hilton.... celý článek zde: <http://bulvar24.cz/kdo-koupi-jane-svandove-10-prstenu/>

Magazinelita.cz / 28. 3. 2018

Olga Menzelová má doma páradnici, která ji darovala pramínek vlasů. Producentka Olga Menzelová má svůj program našlápnutý, přesto si našla čas na zajímavou akci. Zavítala s dcerou Aničkou na mimořádnou akci, kdy byl uveden na trh nový typ šperku značky WITH U, který v sobě nese více než jen otisk blízkého člověka... celý článek zde: <http://www.magazinelita.cz/clanek/7719-olga-menzelova-ma-doma-paradnici-ktera-ji-darovala-praminek-vlasu/>

Topmoments.cz / 28. 3. 2018

Olga Menzelová má program našlápnutý, přesto našla čas na zajímavou akci. Mít šperk, který nese v sobě více než jen otisk blízkého člověka, je zcela mimořádná záležitost a není divu, že si uvedení nové značky WITH U nenechala ujít celá řada známých osobností českého showbyznysu. Dorazila Jana Švandová, Olga Menzelová se starší dcerou Tereza Kostková se synem Toníkem a Michaela Maurerová... celý článek zde: <http://www.magazinelita.cz/clanek/7719-olga-menzelova-ma-doma-paradnici-ktera-ji-darovala-praminek-vlasu/>

Zena-in.cz / 28. 3. 2018

Tereza Kostková v růžové a Michaela Maurerová v zelené! V čem vítají jaro české osobnosti? Na prezentaci nové kolekce šperků WITH U dorazilo i několik známých českých osobností, které volbou oblečení evidentně přivolávaly jarní počasí. Podívejte se, jak jim to slušelo. celý článek zde: <http://zena-in.cz/clanek/tereza-kostkova-v-ruzove-a-michaela-maurerova-v-zelene-v-cem-vitaji-jaro-ceske-osobnosti>

Ihot.cz / 29. 3. 2018

Andrea Verešová: Na šperky si nepotrpí. Důležitější je pro ni citové pouto. Co se šperků týče, sází Andrea spíše na jednoduchost a upřednostňuje šperky... celý článek zde: <https://ihot.cz/celebrity/andrea-veresova/17781>

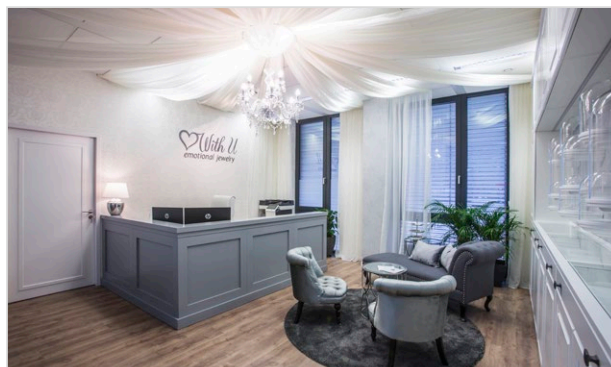
prask.nova.cz / 29. 3. 2018

Jana Švandová není žádná troškařka! Co by si přála dostat? Uvedení nové značky se účastnilo mnoho osobností českého showbyznysu... celý článek zde: <http://prask.nova.cz/clanek/novinky/jana-svandova-neni-zadna-troskarka-co-by-si-prala-dostat.html>

7. Náš tým a zázemí

Struktura společnosti

Společnost Emotional jewelry, s.r.o. byla založena v únoru 2018 výhradně pro realizaci projektu WITH U - emotional jewelry a je 100% vlastněna společností Strategy investment s.r.o., jež úspěšně působí na trhu více než 15 let. Vzorkovna společnosti je situována ve FUTURAMA BUSINESS PARKU v Praze 8, Sokolovská 136a.



Mgr. Rudolf Kargl

Ředitel a jednatel společnosti

Rudolf vystudoval Universitu Tomáše Bati ve Zlíně, fakultu multimediálních komunikací. Získal bohaté zkušenosti ve společnostech ABF, Agentuře Plechářna - design factory, kde řídil projekty pro klienty, ve společnosti Auto ESA, kde působil jako vedoucí marketingu a od roku 2007 do roku 2017 působil jako marketingový manager a tiskový mluvčí ve společnosti ERSTE GROUP IMMORANT ČR. Volný čas tráví Rudolf s rodinou, sportem (tenis, squash a lyžování) a cestováním do exotických destinací.



Bc. Veronika Fucsik

Marketing manager a jednatelka společnosti

Veronika studovala na Vysokém učení technickém, obor Stavební inženýrství a dále na Českém vysokém učení technologickém, obor Řízení a ekonomika průmyslového podniku. Již během studia se podílela na realizaci společenských a kulturních projektů. Získané zkušenosti uplatnila při vedení samostatných akcí. K nejvýznamnějším patří propagační a marketingové akce pro společnosti Erste Group Immorant ČR, WITTE, UNIQA, INNOGY a Městská část Praha 1. V oblasti kultury a volnočasových aktivit produkovala projekty pro společnost Promotion Agency a Miss Princess of the World. Svůj volný čas tráví s rodinou, vychovává malou dceru, sportuje (profesionální potápění a lyžování) a věnuje se modernímu designu.



Jak vznikl nápad WITH U

Vzniku společnosti předcházela společná myšlenka jak nahradit přítomnost svých blízkých, když nemůžeme být právě spolu. A to vyjadřuje i název značky – WITH U. V dnešní přetechizované době je sice možné mít o člověku uložena téměř jakákoliv osobní data, fotografie, videa a podobně. Ale mít doslova „kousek“ druhého neustále při sobě, je podle našeho názoru nesrovnatelně osobitějším zážitkem. A to vše dokonale vyjadřuje naše true story.

WITH U TRUE STORY

Musel jsem odjet od rodiny. Čekala mě dlouhá cesta. Moji rodinu čekalo odloučení, moji manželku čekala samota, moje děti čas bez táty....

Mě a moji milovanou manželku čekala důležitá zkouška našeho vztahu. Často jsme se vzájemně ptali, zda náš vztah je pevný a silný. Zda vydrží na dálku a v odloučení... Ale odpověď jsme hledali v čase. „To ukáže čas“, jak se říká. Moje manželka mi dala dárek na cestu, dárek pro štěstí. Vlázky našich dětí a její hnědé vlasy. Vlázky jsem si pečlivě uložil do barevného ubrousku a uschoval je do malého igelitového pytlíku, který následně našel místo v mé peněžence. Odjel jsem. Odjel jsem od těch, kteří mně byli nejdražší. Musel jsem. Oni však byli stále se mnou..

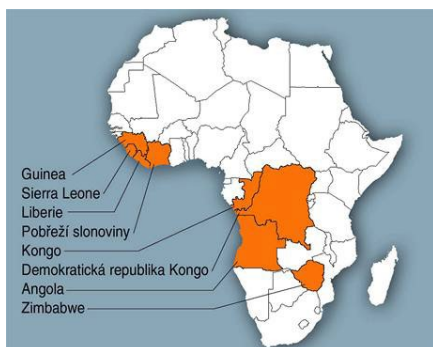
„Jsou s tebou“, říkal jsem si. A každé ráno, v poledne i večer jsem ten balíček s vlázky políbil a políhl. „...s tebou, s vámi, ...a pak mě to napadlo: Vytvořím si jednoduchý náramek na ruku, pojmenuji jej WITH U - což v angličtině znamená jak „s Tebou“, tak i „s Vámi“, a bezpečně do něj uložím a schovám vlázky mých nejbližších. A budu ho stále nosit na ruce. U sebe. Budou stále se mnou, budou se mě dotýkat. Uvědomil jsem si, jak je člověk závislý na doteku lidí, které má rád a které miluje. Jak mu vytváří dobrý pocit i přenesená přítomnost, jak může být prostřednictvím náramku WITH U s někým, koho miluje, miloval, kdo mu schází....koho již ztratil v nenávratnu. S někým, kdo pro něj hodně znamenal.

Stále jsem přemýšlel nad tím, jakou cestou se vydat, aby náramek WITH U mohl každý mít, aby každému udělal radost, připomněl milou vzpomínku, vzbudil pocit blízkosti vzácného člověka. A tak vznikl projekt, inspirovaný dětstvím, láskou a vzpomínkami. Projekt z vlásků mé krásné manželky a našich milovaných dětí. Projekt, který již zdaleka není jen o náramku s vlásky, nýbrž projekt, který snoubí lásku a cit s uměleckou dovedností zlatnických mistrů s využitím i těch nejmodernějších technologií při zpracování šperků WITH U. Jsem přesvědčen, že každý má či měl někoho opravdu rád, že každému z nás někdo schází. A přesto WITH U.....

Sociální odpovědnost

Osobní diamant

Osobní diamant vytvořený z vlasů blízkého člověka je nejen něčím výjimečným a originálním, ale je to také postoj, jak být odpovědný k přírodě a lidským právům. Povrchové diamantové doly zanechávají nevratné jizvy na tváři naší přírody po celé planetě. V některých zemích je s těžbou a obchodem s diamanty stále spojeno potlačování lidských práv a financování násilných paramilitárních skupin, kde se jedná o tzv. „krvavé diamanty“. Diamanty spojené s utrpením a násilím. I to je důvod proč naše šperky osazujeme osobními diamanty. Diamanty, které jsou spojené s pozitivní emocí, s Vaším blízkým člověkem, Vaším příběhem, Vaší láskou.



Zdroje :

<https://www.amnesty.org/en/latest/news/2015/11/time-for-diamond-companies-to-stop-hiding-behind-kimberley-process/>

<https://www.amnesty.org/en/latest/news/2015/09/companies-must-not-profit-from-blood-diamonds/>

<https://www.amnesty.org/en/documents/afr19/2494/2015/en/>

Podporujeme

Z prodeje každého šperku věnujeme část obchodní marže jako podporu Dětskému krizovému centru.



DĚTSKÉ KRIZOVÉ CENTRUM

Dětské krizové centrum (DKC) bylo založeno již v roce 1992 jako první zařízení v ČR specializované na problematiku dětí týraných, zneužívaných a zanedbávaných (syndrom CAN). U zrodu zařízení stál zejména **prof. MUDr. Jiří Dunovský, DrSc.** Odborný pracovní tým tvoří psychologové, terapeuti, sociální pracovníci, právníci. Úzce spolupracujeme i s dalšími odborníky - pediatry, dětskými psychiatry i psychiatry pro dospělé, gynekology, sexuology, s orgány sociálně právní ochrany dětí, kriminalisty, vyšetřovateli, soudci a dalšími.

8. Financování

Společnost se rozhodla vydat emisi korporátních dluhopisů v celkovém objemu 25 milionů Kč v nominální hodnotě 25 000 Kč za dluhopis s výnosem až 10% p.a..

Finance použijeme ze 100% na vytvoření skladových zásob, na nákup materiálu k výrobě šperků a k vybudování reprezentativní značkové prodejny v Praze.

Investice		
Výroba, zásoby a vybudování značkové prodejny	25 000 000 Kč	100 %

Dosavadní finanční hospodaření a tržeb

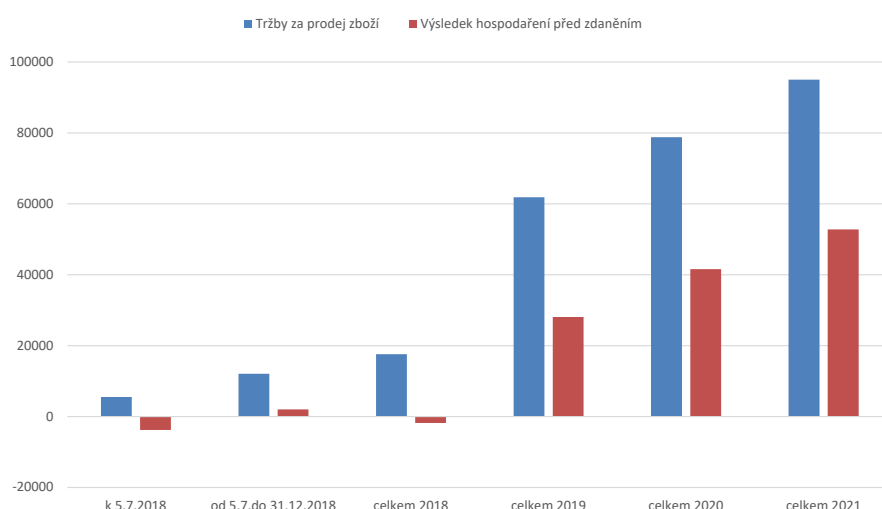
Výkaz zisku a ztrát Společnosti						
(tis. Kč)	k 5.7. 2018	od 5.7.do 31.12.2018	celkem 2018	celkem 2019	celkem 2020	celkem 2021
Tržby za prodej výrobků a služeb	0	0	0	0	0	0
Tržby za prodej zboží	5524	12046	17570	61840	78800	95000
Ostatní provozní výnosy	0	0	0	0	0	0
Provozní výnosy celkem	5524	12046	17570	61840	78800	95000
Výkonová spotřeba	9306	6050	15356	28295	31640	36575
Osobní náklady	0	1200	1200	1750	1750	1750
Ostatní provozní náklady	0	731	748	0	0	0
Výsledek hospodaření před odpisy	-3799	4065	266	31795	45410	56675
Odpisy	0	596	596	1219	1346	1419
Provozní výsledek hospodaření	-3799	3469	-330	30576	44064	55265
Nákladové úroky	0	1466	1466	2500	2500	2500
Ostatní finanční výnosy	0	0	0	0	0	0
Ostatní finanční náklady	0	0	0	0	0	0
Výsledek hospodaření před zdaněním	-3799	2003	-1796	28076	41564	52765
Daň z příjmu za běžnou činnost	0	0	0	4993	7897	10024
Výsledek hospodaření za běžnou činnost	-3799	2003	-1796	23083	33667	42732

Pre sale období - 28. 3. 2018 - 5.7. 2018

Komentář k výkazu zisků a ztrát

K 5.7.2018 jsme získali objednávky v hodnotě 5524 tis. Kč (viz. rozvaha). To potvrzuje naše kalkulace a projekce očekávaných prodejů dle přiložené prognózy tržeb (průměrná varianta). Poptávka je jak po nižších řadách ve variantě stříbrných šperků, tak i po nejvyšší řadě osobních diamantů. Z toho nám jasně vyplývá, že marketingová strategie je úspěšná. Proto je naším dalším krokem akvizice prodejní sítě partnerů abychom dosáhli stanovených cílů pro další období. Sloupec „od 5.7.do 31.12.2018“ a další slupce jsou prognózy. Ve sloupci „k 5.7.2018“ jde reálné hospodaření.

Nárůst tržeb v roce 2019 odvozujeme z našich kalkulací díky budoucí akvizici prodejní sítě partnerů v rámci ČR.



Rozvaha v tis	k 5.7.18	k 31.12.2018	k 31.12.2019	k 31.12.2020	k 31.12.2021
AKTIVA CELKEM	6154	32715	63349	98599	119230
Dlouhodobý majetek	459	4863	3644	3198	2629
Dlouhodobý nehmotný majetek	165	151	110	41	0
Dlouhodobý hmotný majetek	294	4712	3534	3157	2629
Dlouhodobý finanční majetek	0	0	0	0	0
Oběžná aktiva	5695	27852	59705	95407	116601
Zásoby	1500	10000	9965	10085	10270
Dlouhodobé pohledávky	0	0	0	0	0
Krátkodobé pohledávky	1160	1514	2024	1964	2524
Peněžní prostředky	3035	16338	47716	83352	103807
Časové rozlišení	0	0	0	0	0
PASIVA CELKEM	6154	32715	63349	98599	119230
Vlastní kapitál	4721	6724	29807	63474	106206
Základní kapitál	8520	8520	8520	8520	8520
Kapitálové fondy	0	0	0	0	0
Rezervní fondy	0	0	0	852	852
Výsledek hospodaření minulých let	0	0	-1796	20435	54102
Výsledek hospodaření běžného účetního období	-3799	-1796	23083	33667	42732
Cizí zdroje	1433	25991	33542	35126	13024
Dlouhodobé závazky	0	25000	25000	25000	0
Krátkodobé závazky	1433	991	8542	10126	13024
Bankovní úvěry a výpomoci	0	0	0	0	0
Časové rozlišení	0	0	0	0	0

Komentář k rozvaze

V rámci rozvahy v dlouhodobých závazcích již počítáme s financováním ve výši 25 mil. Kč, získaných externím financováním.

V současné době evidujeme zásoby ve výši 1,5 mil. Kč, jež chceme ještě navýšit, aby byla zrychlená logistika vyřizování objednávek.

